

Bilanz

Joachim-Felix Leonhard

Versuch einer Bilanz

Es sind in diesen zwei Tagen des Symposiums, die für mich persönlich interessant und bereichernd waren, viele wichtige und zukunftsweisende Dinge gesagt und Perspektiven aufgezeigt worden. Die deutsch-spanischen Kulturbeziehungen, das gegenseitige Bild in den Medien, Literatur und Sprache, die Künste, Wirtschaft, Politik und der Kontakt der Menschen miteinander standen in einem breiten Spektrum der Betrachtungen im Mittelpunkt. Dies gibt Gelegenheit zu Einschätzungen grundsätzlicher und damit auch strategischer Art.

Die Bestandsaufnahme dieses ersten Symposiums ist ohne Zweifel gelungen. Es ist eine Basis geschaffen worden, die freundschaftliche und gut funktionierende Achse zwischen unseren Ländern weiter auszubauen.

Es versteht sich bei einer von zwei Kulturinstituten getragenen Veranstaltung von selbst, dass die Funktionen und Möglichkeiten der Kultur im Dialog der Identitäten von Sprachen und Kulturen und damit die Begegnung der Menschen miteinander im Vordergrund stehen.

Ich möchte mich deshalb im Folgenden auf wesentliche und grundsätzliche Fragestellungen der Kulturbeziehungen zwischen Spanien und Deutschland aus der Perspektive Auswärtiger Kultur- und Bildungspolitik Deutschlands konzentrieren. Ich will hierbei nicht spezifisch die Arbeit der Goethe-Institute darstellen, sondern den Kontext Europa beleuchten.

1. Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik im europäischen Kontext

Europa – diese Vokabel, diese Idee, dieses Selbstverständnis rücken zunehmend in den Mittelpunkt unserer Arbeit. Ohne die Arbeit in den

anderen Teilen der Welt zu vernachlässigen und stets danach fragend, was den spezifischen Kontakt zwischen Deutschland und dem jeweiligen Gastland ausmacht, kann man doch sagen, dass unsere Heimat Europa ist. Wir verstehen uns als Europäer, als Deutsche, Schweden, Spanier. Europas Einheit – und das ist etwas anderes als Vereinheitlichung! –: das sind seine Länder, Regionen und Städte, seine Sprachen und Traditionen – und wir alle sind integraler Bestandteil.

Wir treten ein für eine gemeinsam entwickelte Zukunft in einem vielsprachigen Europa, in einem Europa der Regionen, einem Europa der Vielfalt und Offenheit. Formen nationaler Absonderung, Ausgrenzung oder Überheblichkeit erscheinen uns ohne Zukunft. Nationalismus führt stets in den Provinzialismus.

Die historische Erfahrung Deutschlands, vor allem auch zweier Diktaturen im 20. Jahrhundert und der damit verbundene kulturelle Lernprozess, die Verantwortung vor der Geschichte, ist und bleibt der paradigmatische Ausgangspunkt für die Planung und Realisierung unserer Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik. Es liegt im Interesse Deutschlands, die langfristige internationale Zusammenarbeit zu fördern und partnerschaftliche Beziehungsgeflechte in allen Bereichen der Kultur aufzubauen. Wir sind davon abhängig, denn der interkulturelle Dialog kann einen wertvollen Beitrag zu Demokratie und Frieden leisten. Diesen Frieden brauchen wir in Europa, umso mehr im globalen Kontext, um dem „clash of civilisations“ im Sinne einer kulturellen Krisenprävention begegnen zu können. Nicht erst seit dem 11. September 2001, aber seitdem besonders.

Man kann es zu den Erfolgen der besiegten Nation Deutschland rechnen, dass die Zwangslage des befleckten Rufs nach 1945 methodenbildend war. Sichtbar anders als die Konkurrenz versuchte die Auswärtige Kulturpolitik, die verlorene Anerkennung als Kulturnation wiederzuerlangen. Differenzierte Antworten auf ausländische Fragen nach unserer widersprüchlichen Kultur zu geben war der Weg, das wertvollste Gut unter den verlorenen Gütern, nämlich Glaubwürdigkeit und Vertrauen wiederzuerlangen. Der Verzicht auf offensive Durchsetzungsstrategien im Bereich der Sprache ist hierfür ein gutes Beispiel. Dialog und Kooperation statt Schaufensterveranstaltungen und das Prinzip der Partnerschaft bei der Auswahl und Entwicklung *gemeinsamer* Kulturprogramme wurden zu verbindlichen Verfahren in der als „dritten Säule“ der Außenpolitik konzipierten Auswärtigen Kulturpolitik.

Eine Wende war hierbei die Rückgewinnung der Souveränität in der so genannten „Berliner Republik“ mit dem „faktischen Abschluss unserer Nationalstaatenbildung“ (Joschka Fischer) – der Wiedervereinigung der beiden geteilten Deutschlands.

Es gibt wieder legitime Interessen der Deutschen Kultur im Ausland. Dies fällt gleichwohl zusammen mit der Knappheit der Mittel, die uns zunehmend vor schwierige Aufgaben stellt, und dem Siegeszug des neoliberalen Diskurses der Kultur. Die weichen kulturellen Faktoren werden im globalen Wettbewerb zu „hard facts“. So positioniert sich die „Berliner Republik“ auf dem Weltmarkt der Kultur. Die Methoden heißen Marketing und engagierte Produktstrategien. Hier stoßen wir im Wettbewerb um die Gunst der anderen z.B. auf die Briten, die ein cleveres „branding“ als Methode kultiviert haben, d.h. eine Markenstrategie für die Nation, das „*Cool Britannia*“: *More clicks – less bricks* ... ich füge hinzu: und Schließung von Instituten.

Und da gibt es natürlich die Amerikaner, die neben einer global triumphierenden, keiner staatlichen Unterstützung bedürftigen Kulturindustrie dezidiert und mit blendendem Erfolg auf die Gewinnung junger Eliten durch erstklassige Stipendien- und Betreuungsprogramme setzen. Warum also noch die Mühsal feingliedriger Diskussionsveranstaltungen, wenn man auf anderem Weg regelmäßig hohe Anteile der wirtschaftlichen und politischen Entscheider eines Jahrgangs auf seine Seite ziehen kann? Beim Wettbewerb um die junge Intelligenz will sich im globalen Rahmen niemand überbieten lassen.

Haben die Deutschen auch eine „branding“-Offensive – oder was setzen sie im Internet-Zeitalter ein? Derzeit entstehen, geradezu epidemisch, so genannte Deutschland-Portale, viele von Ihnen öffentlich finanziert, die den Massen ausländischer Kultursurfer optimale Verlinkung zu deutschen Highlights versprechen. Ob das auf Dauer den erhofften Erfolg zeitigen wird, wage ich zu bezweifeln, da die jetzige Strategie an den Zielgruppen und an der Welt zum Teil vorbeigeht. Die Zielgruppen können wir uns aber nicht erst aussuchen, sie sind längst da und wir sollten uns nach ihren Bedürfnissen, vor allem bei jungen Leuten, richten. Eine Alternative verbindet sich meines Erachtens mit dem Begriff der Vermittlung. Es geht hierbei um nicht weniger als um die kommunikative, ja geistige Arbeit der Analyse und Übertragung und eben nicht um den warenmäßigen Tausch von Produkten. Sprache ist für uns ebenso wenig eine Ware wie Kultur und Information, die es

auf den Weltmarkt nicht zu tragen gilt, weil Kultur nicht von der globalisierten Kommerzialisierung abhängig werden darf. Falls wir bereit sind, bei diesem, zugegebenermaßen anspruchsvollen Konzept zuviel Rabatt zu geben, machen wir uns selber überflüssig. So wie der Einsatz für die deutsche Sprache vor dem Hintergrund der nur relativen Bedeutung des Deutschen prinzipiell in der Sprachenvielfalt im europäischen Vielklang gelten sollte, können wir es uns gar nicht leisten, das allein auf den Produkterfolg, also auf die Verdrängung des Konkurrenten zielende Marktparadigma im Kulturaustausch zu privilegieren. Eines der ersten Opfer – siehe etwa die Geschichte des deutschen Films – wären wir selbst, aber nicht nur in deutscher, sondern bei Beachtung des Prinzips der europäischen Vielfalt, auch wir alle in Europa.

Es geht um den kleinen und schützenswerten Sektor einer öffentlich initiierten internationalen Kulturarbeit, die von der Gastchoreographie bis zur Übersetzungsförderung reicht und vieles Originäre, Kreative umfasst und eben nicht das kommerziell Verwertbare.

Kulturen sind zwar nicht gleich, aber sie sind gleichwertig. Leereich ist dabei für uns in Deutschland auch die Kultur der „Kleinen“. Man kann nicht die eigene Sprache fördern, ohne die Förderungswürdigkeit auch der anderen Sprachen zu betonen im Anspruch von Mehrsprachigkeit und Kompetenz von Kulturtechniken, man kann die Kultur eines Landes nicht fördern, ohne die kulturelle Vielfalt zu zeigen.

Das Goethe-Institut versteht sich als europäische Kulturinstitution im Geiste dieser Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik, wie ich sie soeben skizziert habe. Bestrebungen, gemeinsame binationale oder trinationale, sozusagen teileuropäische Kulturinstitute zu schaffen, tragen als lebensnahe und konkrete Ausformungen erste Früchte. In Kiew, Luxemburg und Moskau sind bzw. werden solche Institute bereits verwirklicht oder befinden sich in konkreter Planung in Zusammenarbeit mit dem British Council oder dem Institut Français. Dies sind Kulturinstitute mit gemeinsamem Dach und individuellen Ausprägungen je Stockwerk des Hauses, aber auch vielen Gemeinsamkeiten.

Ich möchte ein solches Haus auch mit dem Instituto Cervantes vorschlagen – irgendwo auf der Welt. Lassen sie uns bilateral über ein solches gemeinsames Europa-Haus nachdenken, nicht nur in Berlin oder Madrid, sondern auch in Ländern der so genannten Dritten Welt. Dort sollten sich Entwicklungshilfe und Kulturarbeit verbinden und die europäischen Nationen sich weniger als Nationen denn als europäisch

zeigen. Oder sollten die Gemeinsamkeiten der Europäer denn auf Schuldenerlasse beschränkt bleiben oder nicht auch Kooperationen auf kulturellem Sektor als Bildungsaufgabe bedeuten? Aspekte, die wir erörtern sollten – gerne auch mit weiteren Partnern.

Weiterhin wäre ein Personalaustausch möglich und meines Erachtens wünschenswert, in dessen Rahmen Mitarbeiter unserer Häuser entweder im Ausland oder in den Zentralen für ein halbes oder ein ganzes Jahr die Arbeit der Anderen kennen lernen und gemeinsame Projekte vermitteln und betreuen. Kulturkontakt muss konkret werden, Dialog muss auch praktisch sein – und je intensiver der Dialog zwischen unseren Kulturen geführt wird, desto konfliktfreier wird die globalisierte Zukunft sich gestalten lassen.

Wie können die Menschen in Spanien und Deutschland diese Idee konkret erleben?

2. Kulturdiallog konkret: drei Basisfelder

2.1 Vernetzung im Sprachunterricht

Die Möglichkeiten der Vernetzung über das Internet sind auszuloten. Wir müssen es als dynamisches Medium und Netzwerk nutzen, um z.B. interaktive Sprachkurse wie „redaktion D“ ([seit September 2003] im Internet) gemeinsam zu entwickeln oder Lehrerfortbildungssysteme über das Netz laufen zu lassen. Auch sind vielfältige Kontakte von Lernenden über das Internet in einer gemeinsamen Initiative zu entwickeln. Die Möglichkeiten hier erscheinen fast unbegrenzt.

2.2 Übersetzungsförderung

Die Förderung der deutschen Literatur im Ausland gehört zu den wichtigen Aufgaben der Auswärtigen Kulturpolitik. Wir arbeiten verstärkt im Übersetzungsbereich sowohl der Literatur wie des Sach- und Kinderbuchs. Hierbei ist das Konzept sowohl nachfrage- wie angebotsorientiert. Wichtig erscheint uns die Übersetzung von Werken, die einen Beitrag leisten zu Themen wie Demokratisierung, Menschenrechte, Zivilgesellschaft und Rechtsstaatlichkeit. Nach wie vor von Bedeu-

tung ist das Thema Aufarbeitung diktatorischer Vergangenheit als Erfahrungsfeld europäischer Zeitgeschichte im 20. Jahrhundert. Wichtig erscheint ebenfalls die Förderung von Publikationen, die die kulturelle Dimension Europas behandeln. Ferner gehören wirtschaftswissenschaftliche Themen in Verbindung mit Wirtschaftsethik, eingebettet in einen größeren Wertezusammenhang, zu den wichtigen Feldern. Die Auswahl der Werke richtet sich maßgeblich nach der Relevanz für das Zielland, an dieser Stelle für Spanien und seine Kulturen.

Solche Programme sollten beidseitig erfolgen – in gemeinsamer Konzeption und Abstimmung.

2.3 Gegenseitiges Besucherprogramm

Um ausländischen Interessenten und Multiplikatoren aus Kultur, Bildung und Medien die kulturelle und politische Landschaft Deutschlands, aber auch die deutsche Mentalität und Lebensweise näher zu bringen, organisiert unser Besucherprogramm jährlich für ca. 1.500 Personen qualifizierte Informations- und Kontaktreisen nach Deutschland. Diese Reisen dienen zur Etablierung von Arbeitskontakten und zur Verknüpfung von Personen und Institutionen, die langfristig immer auch der Arbeit der Auslandsinstitute zugute kommt. Diese Initiativen gilt es gegenseitig auszubauen.

Bestandsaufnahmen vorzunehmen heißt, Überlegungen für weitere Planungen anzustellen. Ich bin mir durchaus bewusst, dass die genannten Felder keine Neuheiten sind und bereits vielfältige gut eingespielte Kontakte zwischen unseren Ländern und deren Kulturinstituten bestehen. Dies zeigen nicht zuletzt Veranstaltungen wie diese. Aber: Regelmäßige Konsultationen zwischen den Planungsabteilungen unserer beiden Mittlerorganisationen wie wissenschaftlich-kulturelle Bildungssymposien wie dieses erste über „Die deutsch-spanischen Kulturbeziehungen im europäischen Kontext: Bestandsaufnahme, Probleme, Perspektiven“ schaffen Nachhaltigkeit von Beziehungen, auch Gedächtnis. Gedächtnisbildung ist ja keineswegs etwa auf die Vergangenheit ausgerichtet, vielmehr dient sie in der Gegenwart jeweils der Zukunftsplanung, bezieht sich Herkunft auf Zukunft und umgekehrt.